



Проектът е съфинансиран по програма
„Права, равенство и гражданство“ (2014-2020)
на Европейския съюз.

Наръчник **за ромски лидери,** **активисти, медиатори,** **представители на ромски** **и про-ромски НПО** **за противопоставяне на** **фалшиви новини и** **анти-ромска** **дезинформация**



CSD | CENTER FOR
THE STUDY OF
DEMOCRACY



2021



Наръчникът е разработен за целите на проекта ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА Преодоляване на анти-джипсизма чрез овластяване на ромите за противодействие на дезинформацията и фалшивите новини в България (REC-RDIS-DISC-AG-2019-881923) под координацията на С.Е.Г.А. и с партньорството на Центъра за изследване на демокрацията, Фондация Рома-Лом и Фондация „Приложни изследвания и комуникации“.

Наръчникът е разработен от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“.

София, 2021

Този наръчник е съфинансиран от програма „Права, равенство и гражданство“ (2014-2020) на Европейския съюз. Съдържанието на този наръчник представя вижданията на авторите и отговорността за изразените мнения се носи единствено от тях самите. Европейската комисия не носи отговорност за съдържанието на доклада или за начина, по който информацията в него може да бъде употребена.





Съдържание

3 Въведение

8 Фалшиви новини

15 Медийни манипулации, представящи ромите в неблагоприятна светлина

19 Подходи за противодействие на фалшиви новини и манипулации по отношение на ромската общност

35 Как да информираме ромските общности в махалите за фалшивите новини – подходи и методи

39 Вместо заключение





Въведение

Епохата на развитие на информационните и комуникационни технологии и интернет и навлизането им във всички сфери на живота донесе със себе си нови възможности за бърз достъп до информация и за по-бърза и улеснена, независеща от разстоянията, комуникация между хора от целия свят, позволявайки им да обменят знания и идеи в невиджан досега мащаб. Развитието на технологиите обаче позволи и проявлението в небивала до преди това степен и на негативни явления като дезинформация и пропаганда, дотам, че биват застрашени дори базисни ценности на съвременните демократични общества. Епохата на информацията се оказва и епоха на дезинформацията; времето, когато светът е по-свързан от всякога е и времето на ускоряваща се поляризация на модерните общества.

За съжаление, дигиталната среда даде възможност и за масово разпространение на реч на омразата, възпроизвеждане на стереотипи и радикална пропаганда срещу уязвими групи и малцинствени общности на основата на пол, раса, сексуална ориентация, етническа принадлежност. У нас, за съжаление, под прицела на подобно насаждане на негативни и дори враждебни нагласи особено често попадат представителите на ромската общност.

Подобно формиране на негативни и дори дискриминационни нагласи спрямо представители на малцинствени общности, налагане на крайни виждания и радикална пропаганда често се подхранват от фалшиви новини и медийни материали, съдържащи съвсем умишлено или пък несъзнателно, но почиващо на предубеждения, изкривяване на фактите, чието бързо и





масово разпространение се улеснява от социалните мрежи. Това се прави както съзнателно от членове и последователи на „крайно десни“ политически формации, споделящи негативно и дискриминационно отношение към определени групи от обществото, на базата на техния етнос, раса, сексуална ориентация, включително и споделящи антиджипсизъм, така обаче и не толкова осъзнато от хора, които не споделят изцяло подобни крайни възгледи, но все пак са подвластни на вкоренените в съзнанието си стереотипи.

Антиджипсизъм

„Антиджипсизмът/ антиромската дискриминация е проява на индивидуални изказвания и действия, както и на институционални политики и практики, на маргинализация, изключване, физическо насилие, обезценяване на ромските култури и начин на живот и реч на омразата, насочена срещу ромите, както и срещу други лица и групи, възприемани, заклеймявани или преследвани през епохата на нацизма и до днес като „цигани“. Това води до третирането на ромите като набедена за чужда група и ги асоциира с редица унижителни стереотипи и изкривени образи, които представляват специфична форма на расизъм.

Антиджипсизмът / антиромската дискриминация е многостранен феномен с широко обществено и политическо разпространение. Това е критично препятствие пред включването на ромите в по-широкото общество и пречи ромите да се ползват с равни права, възможности и печелившо социално-икономическо участие“.

Правно необвързваща работна дефиниция за антиджипсизъм/ анти-ромска дискриминация от Международния алианс за възпоменание на холокоста, приета на 08.10.2020 г.

Затова в момента се усеща особено остра нужда от създаване на конкретни инструменти за противопоставяне на фалшивите новини и дезинформацията, особено по отношение на ромската общност, тъй като,





макар от различни заинтересовани страни да са или разработвани отделни инструменти за борба с фалшивото медийно съдържание, все още има недостиг на такива инструменти, насочени конкретно към противодействие на дезинформацията и медийните манипулации спрямо представителите на тази етническа група в България.

В същото време, презумпцията за свобода на словото като основно демократично и конституционно право, ограничава до известна степен възможностите за регулиране на медийната среда от страна на държавните институции. От гледна точка на правната рамка такова регулиране все пак е предвидено в случаите на явна реч на омразата, най-вече, ако става дума за открито призоваване към насилие, а също на персонална клевета, но трябва да се признае, че има тенденция на подобни злоупотреби със свободата на словото да се реагира сравнително рядко.

При това с изключение на случаите на чисто фалшива новина, доказуема клевета или явно призоваване към насилие, съществуват и много материали, които биха могли да попаднат в „сивата зона“ на изразяване на изразяване на лична позиция или собствено тълкуване на фактите, в които е още трудно да се говори за регулация от страна на институциите. На възможностите за реакция, трябва да признаем, в определени периоди пречи дори и актуалната политическа конюнктура.

Към това трябва да добавим, че и развитието на дигиталните технологии в последните години бе толкова ускорено, че практически изпревари предвиждането на механизми за регулация от страна на законодателя, който в много случаи се оказва, че върви след събитията. У нас социалните медии напр. до голяма степен остават извън обхвата на държавната регулация, за разлика напр. от „традиционните“ електронни медии, регулирани от СЕМ. Самата специфика на интернет като глобална Мрежа и характерът на социалните медии като продукт и услуги, предоставяни от транснационални



компании, регистрирани в чужбина, също затрудняват до известна степен възможността за регулиране на онлайн и социалните медии на национално ниво.

Все пак най-популярните социални мрежи като Фейсбук и Туитър сами поддържат т. нар. „Правила и стандарти на общността“ и са създали и собствени механизми за докладване на тяхното нарушаване. Макар и тези компании често да са критикувани от страна на граждански организации за това, че реагират твърде забавено що се отнася до свалянето на радикално съдържание, а от друга страна пък да са упреквани и в цензура от някои от санкционираните си потребители, все пак тези правила не позволяват употребата на реч на омразата и дискриминационни изказвания и компаниите уверяват, че ежедневно се работи по прилагането им, както чрез наличния софтуер/изкуствен интелект, така и от екипи от техни служители. При все това дори и такива големи компании, все пак нямат капацитет да покриват своевременно всички сигнали при огромния обем от постове и коментари, които постъпват непрекъснато от над милиард техни потребители по целия свят.

Затова е необходимо да не се разчита само на възможностите на държавната или частна регулация, които особено що се отнася до онлайн средата имат и своите ограничения, а да се създават инструменти за повишаване на капацитета на представители на заинтересованите страни, за да бъдат те овластени да се противопоставят на негативни явления и тенденции в дигиталната медийна среда като фалшивите новини и дезинформацията, инструменти, които, както казахме, все още са разработвани твърде малко у нас, а в същото време има остра нужда от тях.





Настоящият наръчник е практическо ръководство за изграждане на капацитет на ромски лидери, активисти, медиатори, представители на ромски и проромски НПО, разработен от експерти от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, с помощта на такива от Фондация С.Е.Г.А. и Фондация „Рома Лом“ по проекта „Грижа за истината“, съфинансиран по Програма „Права, равенство и гражданство“ на Европейския съюз.

Целта на наръчника е да снабди представителите на посочената целева група с необходимите им специфични методи и инструменти да засичат, мониторираат и да се противопоставят на фалшивите новини и дискриминацията на представителите на ромското етническо малцинство. Ръководството включва и пакет от материали, посветени на това как да се работи с медиите и пакет инструменти за достигане на представителите на ромските общности и разпространяване на критично мислене и отговор на антиджипсизма.

Наръчникът съдържа и методика на обучителни модули, по които са проведени обучения на ромски лидери, активисти и медиатори и на представители на ромски и про-ромски НПО, за да могат обучените хора на свой ред да ги ползват и да обучават по тях хора, с които работят, за да повишат капацитета им да разпознават фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации за ромската общност, така че да се осигури устойчивост на проекта в дългосрочен план. Обучителните модули се базират на интерактивна методика, която поставя обучаемите в активна роля, разчита на екипна работа по групи между тях и прилагане на сократически метод, така че вместо да презентира водещият на обучението да фасилитира обща дискусия чрез насочващи въпроси.





Фалшиви новини

Фалшивите новини, както казахме и по-рано са феномен, който иронично получава широко разпространение тъкмо в епохата на бурното развитие на информационните и комуникационните технологии и интернет. Макар и да направиха възможно да се достига бързо и лесно до много голям обем от информация, тези технологии дадоха възможност също така бързо и лесно да се разпространяват медийни материали с невярно съдържание, което бива улеснено от социалните мрежи и обстоятелството, че много техни потребители споделят подобни материали без да се усъмнят в тях, като по този начин често и несъзнателно допринасят за дезинформацията на повече хора.

Някои от тези фалшиви новини спомагат за възпроизвеждане на стереотипи и за представители на различни уязвими или малцинствени групи и у нас, като създават или възпроизвеждат негативни нагласи спрямо тях на базата на неверни твърдения, представени като обективни факти. За съжаление у нередко се публикуват и разпространяват фалшиви новини особено по отношение на ромската общност, които бързо се разпространяват от безкритични и/или предубедени потребители посредством социалните мрежи.

Независимо от тематиката на фалшивата новина, съществуват конкретни признаци за разпознаването на такъв неверен като съдържание медиен материал, които обикновено се отнасят и за медийните материали, които касаят и конкретно до ромската общност. Критериите за разпознаването на





фалшивите новини следва да прилагат и от ромските и проромски активисти, както и от ромските медиатори, от ромите, с които работят, а и от всички хора, които са потребители на медийна информация.

Ето как изглеждат основните **признаци на фалшивите новини, отнесени конкретно към ромската общност:**

- **Заглавието търси да предизвика емоции**, най-често става дума за страх, който е силна базисна емоция – в случая с неверните материали за ромите обикновено става дума за страх от представителите на тази общност, който обаче може да предизвика на свой ред и гняв и дори агресивно отношение. Най-често конкретният материал кореспондира с най-разпространените стереотипни представи за ромите – ромите „крадат“, „вършат престъпления“, „не плащат ток“, „не работят, а лежат на помощи“, „ще станат повече от нас и ни застрашават“ и т. н.
- Медията, в която е публикувана новината **не е достоверна медия**. Често в такива медии не се посочва автор на материала, нерядко липса информация и за редакторския екип (секция „За нас“). В случая с фалшивите новини за ромите това обикновено важи. В случай, че става дума не за фалшива новина, а за превратно представяне на фактите, се случва и по-авторитетни медии да се подвежат от предразсъдъци, но това по-рядко става умишлено.
- **Новината не се потвърждава от други авторитетни медии** – ако става дума за изцяло фалшива новина, това обикновено си важи и когато става дума за представители на ромската общност.
- Не са цитирани **достоверни и авторитетни източници** – експерти, представители на институции, които носят отговорност за думите си. В случая с фалшивите новини за ромите обикновено това е така, но нещата стоят по-различно, когато става дума не за чисти фалшиви новини, а за тенденциозно представяне на фактите – тогава може да имаме хора с





претенция за експертиза в дадена област и дори представители на институции (виж. следващата глава).

Както стана дума по-горе, обикновено такива медийни материали, съдържащи фалшиви новини, се опират на или кореспондират с някои от най-разпространените митове за ромската общност, представени в доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“, изготвен по проекта „Грижа за истината“ от експерти от Фондация СЕГА¹.

Ето **някои от най-разпространените митове, базирани на неверни факти** описани в доклада:

- Милиарди се изсипват за интеграция на ромите.

Всъщност не се предвиждат целеви държавни средства, а дори от тези, предоставени по европейски програми, само една малка част се изразходва за интеграция на ромите.

- Ромите са получавали добро образование по времето на социализма.

Всъщност най-големият дял от неграмотни роми е тъкмо от възрастната група, получила образованието си преди 1989 година.

- Ромите живеят на социални помощи, не искат да работят.

Всъщност от данните излиза, че много малък дял от ромите живеят на социални помощи.

¹ Д-р Румян Сечков, Люба Батембергска, Д-р Ралица Сечкова. *Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите*, София 2020. <https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/Evidence-Based-Report-on-Anti-Roma-Myths-CEGA-BG1.pdf>





- Ромите заминават в чужбина за да крадат, а не да работят.

Всъщност данните показват, че голямата част от ромите в чужбина работят там.

- Ромите не плащат ток.

Всъщност данните, предоставени от електроразпределителните компании показват, че няма проблем със събираемостта на сметките за ток в големите ромски квартали.

По-детайлно опровержение на тези и други митове ще намерите в трета глава от Наръчника, посветена на противодействието на фалшивите новини и медийните манипулации по отношение на ромската общност.

Тези митове сами не почиват на обективни факти или представляват изопачено тълкуване на отделни факти, но представляват (за съжаление, до голяма степен устойчиви) стереотипи за представителите на тази общност, благодарение на които се формират и възпроизвеждат негативни и дори враждебни нагласи спрямо тях. Тези по-общи твърдения често се възпроизвеждат в различни по-конкретни медийни материали или служат за предпоставка на конкретния материал. Спрямо тези предпоставки понякога се тълкуват и иначе верни факти, за което ще говорим и по-подробно във следващите раздели на този Наръчник.

На тези стереотипи следва да се отговаря точни и коректни факти, за което пък ще говорим по-подробно в последната глава на Наръчника.

Интересен е въпросът за **мотивацията** за публикуване и разпространяване на фалшиви новини в случая с такива, посветени на представители на



ромската общност. Ако на голяма част от фалшивите новини, обикновено основната мотивация е финансовата изгода (особено на т. нар. „Кликбайт сайтове“), заради която търсят да привлекат внимание с нещо „скандално“ и предизвикващо емоция, т.е. имащо по-голям шанс да не остави потребителя равнодушен, тук освен тази мотивация, често става дума или за съзнателна пропаганда на „крайно десни“ възгледи, публикувана от явно или тайно свързани с подобни политически формации медии или за несъзнателно подвеждане от стереотипи, както е често при потребители, споделящи безкритично новината в социалните мрежи.

Тази разлика е от значение, когато става дума за противодействие на разпространението такива медийни материали, което ще обсъдим в третата глава на Наръчника.

В тази първа глава за фалшивите новини ще изложим в табличен вид и методиката на обучителния модул, по който експерти от екипа на проекта „Грижа за истината“ проведоха обучение за изграждане на капацитет по темата за фалшивите новини и дезинформацията по отношение на ромската общност на ромски активисти, лидери и медиатори и представители на ромски и про-ромски НПО в началото на 2021 и която може да бъде ползвана и от вече обучените представители на посочената целева група, за да проведат на свой ред обучения по темата на хора, с които работят.



План на обучителен модул по темата „Фалшиви новини“

Цел: Обучаемите да могат да разпознават признаците на фалшиви новини, свързани с ромската общност.

Материали: Флипчарт листа и стойка за флипчарт, маркери, компютър с връзка с интернет.

Ход на обучителния модул:

Въвеждаща дейност (препоръчително времетраене 10 мин.):

Водещият обучението пита участниците дали да попадали на фалшиви новини, свързани с (представители на) ромската общност. Ако са, ги помолва да дадат конкретни примери.

Обучаемите отговарят на запитването. Дават примери за такива фалшиви новини, ако се сецат.

Основна дейност (препоръчително времетраене: 40 мин.):

Водещият обучението запознава участниците със следния медиен материал:
„Резил: Държавата прати роми облечени като ветеринари да избиват животните в Странджа!“²

Пита ги дали новината е достоверна според тях.

² <https://www.informiran.net/%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%BB-%D0%B4%D1%8A%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8-%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B8-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8-%D0%BA/>





Междувременно озаглавява празен лист от флипчарта „Признаци на фалшиви новини“.

След това започва дискусия със следните **насочващи въпроси**:

- „Дали самата медия е надеждна според вас? Защо?“
- Поражда ли заглавието по-силни емоции?
- Защо му е на автора да поражда емоции, когато предава новина?
- Звучи ли ви достоверно?
- Какви доказателства са представени?
- Кой трябва да потвърди информацията, дали са цитирани (има ли конкретни имена, ако да проверими ли са, доколко са реални и ако да, доколко са носители на експертиза по темата)?
- Какви са мотивите на сайтовете да пускат фалшиви новини за ромската общност с грандиозни заглавия?“

Докато извлича **признаците за разпознаване на фалшиви новини** (критериите за оценка на достоверността на информация) от дискусията с участниците в обуението, водещият ги записва на флипчарт листа.

Обсъжда с групата каква е мотивацията/причината за създаване и разпространяване на фалшиви новини за ромската общност.

Пита участниците какво е „кликбайт сайт“ и ако е нужно, обяснява (онлайн медия, стремяща се да генерира печалба чрез сензационни заглавия и материали). Пита дали би могло да има и други причини за генериране на фалшиви новини за ромската общност.

Заключителна дейност (пр. времетраене: 10 мин.):

Водещият скрива за малко флипчарт листа и помолва участниците да обобщят кои са признаците за разпознаване на фалшиви новини.

Обучаемите изреждат признаците за разпознаване на фалшиви новини, които бяха изведени от основната дейност.



Медийни манипулации, представящи ромите в неблагоприятна светлина

По отношение на ромската общност често се разпространяват медийни материали, които представят информацията по манипулативен или подвеждащ начин, а не само фалшиви новини с изцяло невярно съдържание.

Медийните манипулации могат да имат следните форми:

- **смесване на факти и невярна информация**;
- **тенденциозно** представяне на фактите;
- предаване на факти, заедно с **интерпретацията** на автора, без тя да е изрично представена като интерпретация.

Медийните манипулации спрямо ромската общност, обикновено прилагат следните **прийоми**:

- Самият **подбор на новините**, свързани с ромската общност. По-често се представят новини, в които човек с ромски етнически произход е влязъл в конфликт със закона, но много рядко се показват добрите примери – хора от общността, които са постигнали значими успехи в своите професионални сфери или са извършили постъпка, която може да е за пример.
- Забелязва се устойчива тенденция **етническият произход** на извършителите на престъпления **да се посочва**, ако е различен от български и особено, ако е ромски.





И още:

Медийните манипулации спрямо ромската общност, обикновено прилагат следните **прийоми**:

- Правят се **генерализации**, като в медийните материали това рядко се прави експлицитно. По-често то се внушава чрез самият език, който се ползва (напр. „циганиТЕ обират“, а не конкретната личност X е извършила пртивозаконно действие спрямо конкретната личност Y).

Тук е представен планът на втория обучителен модул, който експерти от екипа на проекта провеждат с представители на целевата група – ромски активисти, лидери и ромски медиатори – здравни, образователни, трудови. Този план също може да бъде ползван на свой ред от тях за повишаване на капацитета на хората в ромските общности, с които работят.

План на обучителен модул „Медийни манипулации, представящи ромите в неблагоприятна светлина“

Цел: Обучаемите да разпознават основните типове медийна манипулация и основните прийоми, които се ползват в такива медийни материали по отношение на ромската общност.

Материали: Флипчарт лист и флипчарт стойка, маркери, компютър с връзка с интернет.





Ход на обучителния модул:

Въвеждаща дейност (времетраене: 15 мин.)

Водещият задава **въпроси** на участниците какви други форми на медийна дезинформация по отношение на ромската общност познават. Ако е нужно, и с допълнителни въпроси ги насочва към следните типове медийна манипулация:

- смесване на факти и невярна информация;
- тенденциозно представяне на фактите;
- предаване на факти, заедно с интерпретацията на автора, без тя да е изрично представена като интерперетация

Пита участниците какви може да са мотивите за такива медийни манипулации. Също – може ли да се правят и несъзнателно и ако да – в кои случаи.

Очаквани отговори:

- С цел печалба
- С цел политическа/ идеологическа манипулация
- Несъзнателно възпроизвеждане на стереотипи

Основна дейност (времетраене: 40 мин.)

Водещият разделя обучаемите на **три групи**. Всяка от групите получава по един медиен материал. Задачата на всяка от групите е да помисли дали в нейния материал става дума за медийна манипулация или не и ако да, какви прийоми за манипулация са използвани в материала.

Обсъждане на резултатите от груповата работа. След като групите свършат, приканва всяка от тях да запознае останалите с медийния материал, който ѝ се е паднал и да сподели с тях дали смята, че той представлява медийна манипулация и защо и ако да, какви прийоми са използвани в него.





След представянето на дадена група, учителят приканва другите две групи да споделят дали са съгласни с изводите на групата и дали има нещо да добавят.

Очаквани отговори:

Това са медийни манипулации спрямо ромската общност, които прилагат следните прийоми:

- Самият подбор на новините, свързани с ромската общност. По-често се представят новини, в които човек с ромски етнически произход е влязъл в конфликт със закона, но много рядко се показват добрите примери – хора от общността, които са постигнали значими успехи в своите професионални сфери или са извършили постъпка, която може да е за пример.
- Етническият произход на извършителите на престъпления да се посочва, ако е различен от български и особено, ако е ромски.
- Правят се генерализации, (напр. „циганиТЕ обират“, а не конкретната личност X е извършила пртивозаконно действие спрямо конкретната личност Y).

Заключителна дейност (5 мин.)

Водещият приканва участниците да обобщят какви са основните форми на медийна манипулация и какви са основните прийоми, които се ползват при такива манипулации по отношение на ромската общност.





Подходи за противодействие на фалшиви новини и манипулации по отношение на ромската общност

Въпросът за противодействие на негативната тенденция да се възпроизвеждат стереотипи и негативни нагласи по отношение на ромската общност посредством фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации, представляващи тенденциозно и изкривено представяне на фактите е от съществено значение, доколкото противопоставянето на подобни негативни тенденции, заплашващи фундаментални демократични ценности е от полза за цялото общество.

Такова противодействие може да се осъществява през различни и комуникационни и публични канали като участия в предавания на „традиционните медии“, различни форуми като кръгли маси, конференции и др., но също така може да се използват възможностите, които дава интернет и особено социалните мрежи, които в наши дни, за съжаление, съществено допринасят за разпространението на подобни стереотипни и негативни нагласи в обществото.

Затова тук ще обърнем внимание най-напред на това на какви принципи и похвати е най-целесъобразно да се основава подобно противодействие, независимо през какъв комуникационен канал ще се осъществява то, а след това ще разгледаме по-детайлно и как би било най-целесъобразно това да се





случва в дигиталната среда и социалните мрежи, доколкото те представляват своеобразна медия, която има своя собствена специфика.

КАК ДА противодействаме на дезинформацията и медийните манипулации относно ромите през различни комуникационни канали

Независимо какви комуникационни канали се ползват, важно е противодействието на фалшиви новини и медийни манипулации да стъпва на **следните принципи**:

- ❖ **Спокойно и ясно излагане на фактите**, с което да се разобличава разпространяваната невярна информация (когато става дума за фалшиви новини и дезинформация) и внимателно посочване на слабостите в тенденциозни и злонамерени интерпретации на факти, когато става дума за медийни манипулации и изкривяване на истината, чрез тенденциозно представяне и тълкуване.
- ❖ Когато се налага да се влезе в **спор с опонент**, който поддържа крайни и дискриминационни тези на базата на неверни факти или превратно тълкуване на верни или отчасти верни факти, е добре **да се запази спокойствие и добрия тон**, независимо от евентуалните провокации от негова страна, като същевременно ясно и категорично се оборват неверните твърдения и тенденциозни тълкувания. Влизането в по-агресивен тон, дори и опонентът да си позволява да ползва такъв не допринася за търсения ефект на



развенчаване на фалшиви новини, стереотипни представи или манипулативни изказвания, и е възможно да има обратен ефект.

- ❖ Важно е да преценим доколко разпространението на фалшиви новини и дезинформация за ромската общност отговарят на **възгледите и мотивацията на опонента**. В някои случаи става дума за опонент, който сам е заблуден или подведен (понякога и без да го осъзнава) от собствените си стереотипни представи. В много случаи обаче става дума за хора, които умишлено лансират крайни и дискриминационни виждания и съзнателно работят за подобна крайна пропаганда. Когато се влиза в дискусия с такива хора, които имат интерес да лансират определени тези, е добре да имаме предвид, че е малко вероятно да ги разубедим в рамките на дискусия, колкото и добри насрещни аргументи да даваме. В такъв случай следва да имаме предвид, че всъщност убеждаваме не опонента си, а хората, които следят спора ни с него и са непредубедени или несъзнателно робуват на определени предубеждения, които обаче могат да изоставят, когато им се представят факти и разумни и ясни аргументи. Такива опоненти също не се стремят да убедят вас, а говорят най-вече на хората, които следят разговора (телевизионни зрители, участници на някои форум или други потребители в социалната мрежа). Възможно е те умишлено да ви провокират и да се стремят да ви извадят от самоконтрол, за да ви представят в неблагоприятна светлина пред аудиторията и така да компрометират вашите тези и аргументи. Често такива изначално предубедени хора или имащи интерес да поддържат определени пропагандни тези хора прибегват и до аргументи ad hominem, т. е. към личността на опонента си, която се опитват да дискредитират, вместо да представят рационални и





подкрепени с факти тези. Важно е подобни личностни нападки да се опровергават спокойно, но категорично (ако се лансира и клевета за Вас, бихте могли да потърсите отговорност на лицето, което го е направило дори по съдебен път). В същото време е добре, дори и да сме провокирани, да не изместваме на свой ред разговора към личностни нападки, а още по-малко към обидни квалификации, да спорим с ясни и добре аргументирани и подредени с факти тези. Горните препоръки важат, както когато става дума за участие в предаване на „традиционна медия“ или някакъв форум на живо, така и за пространството на социалните медии.

❖ **Аргументирано развенчаване на стереотипни представи, формиращи негативни нагласи.**

По отношение на ромската общност в медийното и публичното пространство се публикуват/излъчват и разпространяват различни конкретни фалшиви новини или медийни манипулации, но много от тях кореспондират с основни стереотипни представи, свързани с конкретни митове, които както споменахме в първа глава на Наръчника, са описани в доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“, изготвен по проекта „Грижа за истината“ от експерти от Фондация С.Е.Г.А.³.

По-долу ще представим някои от най-разпространените митове, описани в доклада, заедно с фактите, които ги опровергават.

³ Д-р Румян Сечков, Люба Батембергска, Д-р Ралица Сечкова. *Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите*, София 2020.





Митове и факти за ромите

Митове, основаващи се на неверни факти:

Мит: Миллиарди се изсипват за интеграция на ромите.

Фактите: От държавния бюджет фактически не се предвиждат средства и това може да се види от Закона за държавния бюджет, който се приема от Народното събрание всяка година. Разчита се единствено на средства от Европейския социален фонд, но дори и от там никога не е съществувала специализирана линия, конкретно за ромска интеграция. Например, през 2019 г. е направено изследване на Института за развитие на публичната среда⁴ обхващащо три области от Северозападна България – Видин, Монтана и Враца, в които концентрацията на ромски общности е една от най-високите в страната. Това изследване показва, че стойността на проектите с приоритетна насоченост към уязвими групи, в това число роми, възлиза на 4,4 % от общата сума, а стойността на проектите, за чиито дейности и резултати ромите са експлицитно посочени като целева група, е едва 0,5% от общата сума.

Мит: Ромите живеят на социални помощи, не искат да работят.

Фактите: Месечни социални помощи през 2019 г. са получили едва 23 699 лица за цялата страна. Тъй като ромите са около 700 000 души, дори и тези помощи да отиваха само за тях (което не е така), пак би излязло, че едва 5% от ромите разчитат на социални помощи.

Мит: Ромите заминават в чужбина за да крадат, а не да работят.

⁴ Пари, мерки, политики: Докъде стига подкрепата за ромските общности?
<https://iped.bg/bg/publication/roma-policies-report2019BG>





Фактите: Проучване на Институт „Отворено общество“ (2011) установява, че 86% от българските роми в чужбина работят.⁵

Мит: Ромите не плащат ток.

Фактите: В проучване на Свободна Европа⁶ сред CEZ, EVN и Енерго-Про през 2019 г. електроразпределителните дружества заявяват, че нямат проблем със събираемостта на сметките за ток в ромските квартали. В кв. Столипиново, Пловдив над 98% плащат редовно според EVN, в кв. Христо Ботев и Факултета в София събираемостта варира между 93 – 95 на сто.

Мит: Ромите са получавали добро образование по времето на социализма.

Фактите: Според национално представително проучване от 2013 г. най-висок дял (20%) на функционално неграмотни роми, които признават, че не могат да четат, да пишат и да смятат, е сред тези, които са над 60 г., т.е. тези, които са получили своето образование преди 1989 година.

Митове, основаващи се на частично верни факти, но все пак фактологично неверни в целостта си:

Мит: Ромите живеят в незаконни къщи, защото законът не важи за тях.

Фактите: Действително в проучване от 2013 г. 55% от ромите признават, че не притежават нотариален акт за имота, в който живеят. За да бъдат узаконени жилищата в обособените ромски квартали обаче, е необходимо да се изготвят Общите устройствени планове на общините и да бъде въведена регулационна схема. Към края на 2018 година само 75 от общо 265 общини в България имат изготвени планове.

⁵ Пампоров А. Емигрантски опит и намерения за емиграция на населението в България в периода февруари-юли 2011 г. Социологически проблеми, кн. 1-2 /2012, с. 337.

⁶ Виж „Плащат ли си ромите тока? Числата говорят. “, Ивайло Везенков, Свободна Европа, 08.03.2018 г. <https://www.svobodnaevropa.bg/a/29810139.html>





Митове, основаващи се на частично верни факти, но с манипулативно и некоректно представяне на причините за тях:

Мит: Ромите не искат да учат.

Фактите: Това е отчасти вярно за една част от ромите, които са маргинализирани и сегрегирани, но е невярна генерализация, когато се отнесе към всички роми. Причините образованието да не е ценност за една част от ромите са, че се сблъскват с липсата на перспектива, а оттам и мотивация, че често родителите нямат възможност за приготвят децата за училище – липсват дрехи, учебни помагала, храна, сблъскват се с неподходяща училищна среда – лошо отношение от страна на някои учители, а също така и страх от открадване с цел женитба за момичетата, както и в липсата на адекватна подкрепа от социалните и училищните власти. Въпреки това данните от последните две преброявания показват, че макар и бавно, образователното ниво сред ромите постепенно се повишава.

Мит: Ромите дори и да ходят на училище, не научават нищо.

Фактите: Макар това да е донякъде вярно, причината е, че 60% от ромските деца всъщност учат в обособени сегрегирани училища, в които критериите са занижени и в които не се обръща и достатъчно внимание на факта, че голяма част от учениците са билингви и не владеят добре българския език, на който им се преподава.

Как използваме аргументите и фактите:

- **Важно е да се развенчават** внимателно митовете и дезинформацията относно ромската общност, но също така е добре да не се противодейства само чрез реакция и отговор на конкретни негативни тези, а **да се представят проактивно и фактите**, които спомагат за





по-обективно виждане по тези теми и по-толерантни и позитивни нагласи.

- Важно е да се посочват проактивно и **добрите примери за представители на ромската общност**, които дават ценен принос за обществото или са извършили достойни постъпки и могат да служат за пример и вдъхновение, както на представителите на самата ромска общност, така и на всички български граждани. Това рядко се прави в нашата медийна и публична среда, а в същото време би допринесло съществено за формирането на една по-толерантна и позитивна нагласа към ромската общност в българското общество по един естествен и ненатрапчив начин. Заедно с това такива примери биха допринесли за повишаване на самооценката и на представителите на самата ромска общност и биха им представили, както на тях, така и на цялото общество позитивни модели на поведение от каквито всички имаме нужда.

КАК ДА противодействаме на фалшиви новини и медийни манипулации относно ромите в социалните мрежи

Последните са много подходящ и потенциално ефективен инструмент за таква противодействие, тъй като, за разлика от „традиционните медии“ или различните форуми (като кръгли маси, конференции и др.), социалните медии са много по-леснодостъпна трибуна, в която потребителят може да взаимодейства с останалите на практика по всяко време. Освен това в последните години се забелязва устойчива тенденция интернет средата да измества традиционните медии или да ги интегрира





в себе си. Напр. тиражът на хартиените вестници спадна рязко спрямо този, който те имаха напр. през 90-те години, тъй като медийните сайтове до голяма степен ги изместиха, а някои печатни издания просто се прехвърлиха онлайн, докато повечето от тези, които все още съществуват, също имат и онлайн версия. Телевизиите и радиата отдавна вече имат свои сайтове, като в много от тях може да се гледа съответната телевизия или да се слуша съответното радио и онлайн.

В същото време в последните десетина години голямата част от хората вече станаха потребители на социалните мрежи (в България най-популярната към момента остава Facebook), като се забелязва тенденция тези мрежи да интегрират в себе си голяма част от останалото съдържание в интернет (напр. страниците във Фейсбук стават по-важни от отделните сайтове), включително и това на онлайн медиите и на онлайн версиите на телевизиите и радиата. Заедно с това всеки потребител на социалната мрежа на практика си е сам медия и би могъл да ползва профила си като публична трибуна. Това обстоятелство роди феномена и на т. нар. „инфлуенсъри“ – влияещи през социалните мрежи хора, които имат много последователи там, като някои от тях коментират и сериозни теми, включително и политически.

В същото време социалните медии се превърнаха в основна трибуна и на хора изразяващи крайни мнения, включително, както вече стана дума и на антиромски нагласи, базирани на дезинформация и манипулации. Затова би било целесъобразно противодействието на тези негативни явления да се осъществява тъкмо там. Посочените по-горе принципи и прийоми за ефективно противопоставяне на подхранването на негативни и дискриминационни нагласи спрямо ромската общност на базата на фалшиви новини, дезинформация и медийни манипулации важат в публичната среда на социалните мрежи.





Социалните мрежи обаче са феномен, който си има и своите собствени специфики, които следва да се имат предвид.

На първо място, макар политиката на големите социални мрежи като Фейсбук е хората да се регистрират с реалната си самоличност, а не с псевдоними (nicknames), както беше най-често в предходните чат-платформи и голямата част наистина да присъстват там с нея, все пак у много потребители се забелязва едно занижено ниво на чувство за отговорност за казаното от тях, сякаш все пак имат някакво илюзорно усещане за известна скритост и неуязвимост, тъй като, когато става дума за постове и коментари липсва живият контакт „очи в очи“.

В този смисъл в социалните медии е много по-често срещано да се ползва остър и дори груб тон към непознати хора, отколкото в „офлайн“ средата и много потребители най-вероятно не биха се държали по същият начин с човека, с когото комуникират, в „реалния живот“. Ако искаме да противодействаме на крайни позиции, стъпващи на дезинформация и манипулация, влизайки в пряк или задочен спор с техните изразители, би следвало да спазваме и в дигиталната среда посочените и по рано принципи – спокойно излагане на факти и аргументи, спорене с тези или твърдения, а не аргументи ad hominem и запазване на добрия тон и спазване на норми на общуване и в дигиталната среда – т. нар. „нетикет“.

Една специфика на онлайн средата и на социалните мрежи в частност е и, че там участват т. нар. **„тролове“** – потребители, които влизат в самоцелен спор, за да се забавляват с това да провокират останалите.



В жаргонната терминология на Интернет, тролът е човек, който публикува противоречиви, провокиращи или извън темата съобщения във Фейсбук, в онлайн дискуссионни форуми, стаи за разговори (chat rooms), блогове, коментари към вестникарски статии и др.п., с основна цел да предизвика емоционален отговор от другите потребители, да ги провокира или тормози, или просто да попречи на нормалния тон на водения разговор⁷.

Освен подобни потребители, които обичат да провокират обаче, в социалните мрежи са активни и т. нар. **„платени тролове“** или „платени писачи“⁷ – това са потребители, които получават заплащане, най-често от определени политически сили, за да публикуват и разпространяват предварително спуснати от работодателите им пропагандни тези, или „опорни точки“, включително и в групи или страници на техните опоненти. Обикновено такива потребители ползват **фалшиви профили**, през които публикуват постове и коментари.

Такива хора най-вероятно има и сред поддръжниците на тези и твърдения на „крайно десни“ и „националистически формации“. Важно е да се има предвид, че с подобни потребители е безперспективно да се спори, тъй като те не могат да бъдат убедени с аргументи, понеже бездруго защитават своите тези не по убеждение, а срещу заплащане. В същото време човек може да загуби твърде много време и енергия в безплоден спор с тях, а е възможно и да го изкарат от равновесие, което няма да е от полза за развенчаването на стереотипи и митове.

⁷ <http://offnews.bg/index.php/175011/platenite-pisachi-ni-napadnaha-a-nie-mnogo-im-se-radvame>





Ето някои **белези**, по които подобни „**платени тролове**“ биха могли да бъдат разпознати:

- В профилите им в социалната мрежа често има **само една-две публикации**, а в същото време са **много активни в разни страници и групи** и под медийни материали, особено такива на политическа тематика.
- Обикновено в профила **липсват снимки, на които се вижда реален човек**, а вместо това за профилната снимка има напр. пейзаж, рисунка, някоя известна личност (напр. Холивудска звезда), анимационен герой или друго, различно от собствена снимка.
- Понякога и името на профила изглежда като **явен псевдоним**.
- Публикуват **едни и същи фрази и текстове на много места**.
- Често изобщо **не отразяват или не адресират контрааргументите**, които им дават.
- Много от тях непрекъснато **повтарят едни и същи неща**, дори в рамките на един и същ разговор, понякога съвсем буквално (чрез функцията copy-paste).

Идентифицирането на подобни платени тролове би спестило време и енергия, за да може да се концентрираме върху хората, с които реално можем да дискутираме и на които можем да даваме контрааргументи или да разобличаваме фалшивите новини, на които би могла да стъпва аргументацията им. При все това и тук трябва да се има предвид, че до голяма степен говорим на останалите потребители, които четат и най-вече на тези, които са непредубедени и могат да се повлияят от рационални аргументи и излагане на факти, тъй като някои от опонентите ни може да са твърде предубедени, дори и да не са платени тролове.





И в социалните мрежи също е добре, освен да се реагира на публикации, изразяващи дискриминационни нагласи на базата на дезинформация и манипулация върху отчасти верни неща, проактивно да се разясняват реалните факти, а също така и да се показват добрите примери. Разбира се, спецификата на социалните мрежи е такава, че всеки пост, особено ако е публичен, бързо може да стане повод за дискусия или спор, за което следва да сме подготвени.

План на обучителен модул „Противодействие на фалшиви новини и медийни манипулации относно ромската общност“

Както при предходните глави на Наръчника, на края и на тази глава прилагаме подробен план на обучителен модул по темата за противодействието на фалшивите новини и медийни манипулации по отношение на ромската общност, по който се провеждат обучения от експерти от екипа на проекта „Грижа за истината“ и които представителите на целевата група биха могли сами да приложат при провеждане на обучения и дискусии с други представители на ромските общности, с които работят.

Цели: Обучаемите да прилагат основни похвати за разобличаване на фалшиви новини и медийни манипулации и аргументирано представяне в дискусия през различни медийни и комуникационни канали – участия в предавания на „традиционни медии“ (телевизионни, радио предавания),





участие на различни форуми (кръгли маси, конференции и др.) и в социалните мрежи.

Обучаемите да прилагат конкретни аргументи за оборване на най-разпространените митове за ромите.

Материали: Флипчарт лист, флипчарт стойка, връзка с интернет, поне три разпечатани копия на доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“.

Ход на обучителния модул:

Въвеждаща дейност (15 мин.)

Водещият пита участниците през какви комуникационни канали е възможно и целесъобразно да се противодейства на фалшиви новини и медийни манипулации.

Очаквани отговори:

- „традиционни медии“ – участия в телевизионни или радио предавания, интервюта за печатни издания.
- В интервюта за онлайн медии.
- На различни форуми, провеждащи се на живо – кръгли маси, конференции и др.
- В социалните мрежи (особено Фейсбук, който е най-популярната социална медия у нас).

Водещият записва отговорите на участниците на флипчарт лист. Обяснява, че най-напред ще обсъдят заедно основните принципи и похвати за противодействие на дезинформация и медийни манипулации по отношение на ромската общност, които могат да се прилагат във всички изредени от участниците комуникационни канали.





Основна дейност (времетраене: 40 мин.)

Водещият разделя участниците на **три групи**. Всяка група получава конкретна задача, по която да се подготви и да разиграе като сцена пред останалите.

- Първа група получава задача да влезе в телевизионен диспут с публична личност, поддържаща негавивни стереотипи срямо ромите и базирани на неверни факти и тенденциозни интерпретации анти-ромски тези.
- Втората група получава за задача да вземе участие в дискусия на форум на живо, на който са поканени ромски и проромски активисти, представители на граждански организации, но и публични фигури, известни с „националистическите си“ и „крайно десни възгледи“.
- Третата група получава за задача да отговори на пост във Фейсбук, който възпроизвежда стереотипни нагласи и митове за ромската общност.

Всяка група получава по едно разпечатано копие на доклада „Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите“, изготвен от Фондация СЕГА, което може да ползва, докато се готви за представянето си.

Обучаемите се подготвят за задачите си по групи като всяка изготвя сценарий на съответната дискусия като ползват и доклада и си разпределят ролите за сцената, която имат да разиграят.

Представяне на разработените сценарии от групите. След като времето за подготовката по групи изтече, всяка от групите разиграва сцената, която е имала да подготви, а водещият следи и записва основните похвати, които забелязва, че участниците ползват в разиграните от тях ситуации.





Обучителят записва на отделен флипчарт лист конкретни аргументи, които участниците са използвали.

След представянето на всяка група иницира **обща дискусия** като първо се обръща към представителите на самата група за коментар към записаните от водещия прийоми, приложени от тях в сцената, а след това се обръща към другите две групи за обратна връзка, като задава и въпроса какво биха добавили или направили по различен начин и защо.

Обучителят записва на флипчарт редакциите и допълненията към използваните от групата, представила сцената похвати, както и към конкретните им аргументите срещу най-разпространените митове, ако има такива.

Заключителна дейност (10 мин.)

След като скрива временно изписания флипчарт лист, водещият обучението приканва участниците да направят заедно обобщение като изредят подходящите похвати за дискусия през различни комуникационни канали.





Как да информираме ромските общности в махалите за фалшивите новини - подходи и методи

Предоставените по-горе информация и начините/методите за нейното представяне, както и наученото по време на обученията, са предназначени да послужат на ромските активисти и медиатори да предадат своите знания на хората от общностите, в които живеят и работят. За да се мултиплицира наученото, с други думи, да достигне до максимален брой хора, е необходимо да се търсят различни варианти, в зависимост от конкретната ситуация.

Предаване на знанията на местни граждански организации или инициативни групи

В този случай настоящият Наръчник е напълно подходящ. Темите и плановете на обучителните модули могат да се използват така, като са дадени.





Разбира се, необходима е съответната **адаптация, в зависимост от нивото на съответната група обучаеми**. Някои от тези НПО и групи са преминали през редица обучения, но има и такива, които тепърва навлизат в гражданската материя. Трябва да се съобразим и с условията – мястото на провеждане, необходимото оборудване, ако го има или импровизираме с наличните възможности.

За ефекта от обучението е важно освен участниците да придобият знанията относно фалшивите новини и антиромската дезинформация и уменията да я представят на своите съквартилци, да бъдат мотивирани така, че наистина след това да свършат работата. Защото хората от изолираните ромски общности са най-потърпевшите от фалшивите новини – в повечето случаи те наистина няма до кого да се допитат, освен до ромските медиатори и активистите от съответните граждански организации и инициативни групи.

След съответните обучения активистите трябва да проактивни, а не да чакат хората да дойдат при тях и да ги питат. Те много добре знаят какви слухове и неверни твърдения се тиражират чрез социалните медии и „безжичния развален телефон“ и трябва да реагират адекватно на всяка ситуация – да обясняват и убеждават хората с аргументи, достъпни за тях.

Директна работа с хората от обособените ромски квартали

В повечето случаи това ще бъде конкретното пренасяне на знанията върху ромските общности. Тук е необходимо **да се търсят гъвкави подходи в зависимост от ситуацията в съответните квартали, обособените**



части от тях, времето (лято, зима, дъжд, силно слънце), възникнали спонтанно проблеми свързани с фалшиви новини.

Трудно може да се изброят всички ситуации.

- Тези срещи могат да бъдат **импровизирани**, но могат и да се насрочат. Провеждането им може да стане на открито или в на закрито – кафе, читалище, друго.
- Срещите от този тип **не е необходимо, а и е невъзможно да протекат като обучения**. Те са неформални, обикновено преминават като въпроси и отговори. Атмосферата непринудена, говори са на езика на мнозинството участници, но не е добре да се слиза на съвсем ниско, защото тогава ще изпаднем в ситуация, че ние сме водещите.
- Добре би било да се използват **казуси от конкретния квартал** или злободневни за момента в национален или регионален мащаб.
- Необходимо е повече **търпение**, защото е трудно да се убедят хора с различна нагласа, че част от това, което са чули или прочели може да не е вярно, да се провокира критично мислене и т.н. Дори и да не ви повярват всички е успех, защото сте провокирали мисленето им, че има и друга гледна точка. Често при следващ разговор се вижда, че даденият човек е мислил върху казаното на предишната среща.

Опитът показва, че след проведени срещи интересът към темата фалшиви новини и особено антиромска дезинформация нараства и хората започват да спират на улицата или да заговарят на други места – кафене, магазин, друго, активиста или медиатора, който е провеждал това събитие. Тези импровизирани индивидуални, често прерастващи в групови срещи са много важни, защото мултиплицират ефекта от първата, на която са участвали все пак ограничен кръг хора.





Независимо дали знанията се предават чрез обучения на представители на граждански организации и инициативни групи или директно на хората от обособените ромски квартали, е необходимо да се има предвид, че във всеки момент от вашето ежедневие може да се наложи да отговаряте на въпроси или да разяснявате казуси.

Защото вече сте предизвикали интерес и сте провокирали мислене в друга посока.

Така че бъдете готови!





Вместо заключение

Съдържанието на този наръчник може да послужи на ромски лидери, активисти, медиатори, представители на ромски и про-ромски НПО за това да се запознаят по-основно с признаците за разпознаване на фалшиви новини, както и на различните видове медийни манипулации (включително тези, представящи ромската общност в неблагоприятна светлина. Наръчникът запознава читателите и с някои особености на интернет и социалните мрежи като медийна среда, използвана нерядко и за дезинформация и манипулации (понятия като кликбейт сайт, трол и др.). Изданието също така запознава представителите на целевата група и с най-целесъобразните начини за реакция и ефективно противодействие на фалшиви новини и медийни манипулации, както в различни по-традиционни канали (като традиционните медии, различни форуми и др.), така и в социалните мрежи.

Заедно с това наръчникът включва и **конкретни практически инструменти**, чрез които представителите на целевата група биха могли да разпространяват знание за признаците за разпознаване на фалшивите новини и медийните манипулации, както и за начините за противодействие на хората от общността, с които работят ежедневно. Включени са планове на примерни обучителни модули (интерактивно практическо обучение), чрез които да бъдат подпомогнати желаещите да разпространяват знание по тези теми. Тези модули биха могли да бъдат адаптирани към конкретните условия и начин на работа с конкретните





групи. Може да се ползват и различни обучителни дейности и компоненти от тях в работата с общността по места. Чрез тези дейности възможностите за идентифициране и оборване на фалшиви новини, насочени към ромските общности, ще достигнат до много по-широк кръг от хора, живеещи в изолираните ромски квартали.

По този начин наръчникът би могъл да спомогне за **разширяване на обхвата на информиране на представителите на ромските общности**, което проектът „Грижа за истината“ си поставя като цел. Включените обучителни модули са пилотирани в рамките на поредица от обучения на над 60 ромски лидери, активисти, медиатори, представители на ромски и про-ромски НПО от различни населени места в Северна и Южна България. Отчетена бе и обратната връзка от тези обучени представители на целевата група на проекта.

Така наръчникът би могъл да бъде от практическа полза както за тези участници в обученията, така и за други представители на целевата група, които биха могли да го ползват в работата си с ромската общност. По този начин този инструмент би могъл да допринесе за устойчивостта на проекта, бидейки наличен и за по-широк кръг от хора от непосредствено включените в тези обучения и в последващата работа по този проект, при това и в по-дългосрочен план.



Полезна литература:

Алфа Рисърч, 2020. *Мнозинство и малцинства. Нагласи към различните. Доклад – анализ от национално представително проучване. Декември 2019 – януари 2020.* [https://alpharesearch.bg/api/uploads/Articles 2020/March - Religions/final analyse results graphics 31 03 2020.pdf](https://alpharesearch.bg/api/uploads/Articles%2020/March-Religions/final_analyse_results_graphics_31_03_2020.pdf)

Везенков, Ивайло. „Плащат ли си ромите тока? Числата говорят“, Свободна Европа, 08.03.2018 г. <https://www.svobodnaevropa.bg/a/29810139.html>

Даскалова, Николета. *Медиите и езикът на омразата: ключови зони*, София 2015, изд. Фондация „Медийна демокрация“.
http://antihate.europe.bg/sites/default/files/uploads/untitled_folder/medii.pdf
Последно достъпно на 04.06.2020

Инджов, Иво. *Образът на ромите в българския печат*, София 2012.

Пампоров, Алексей. „Емигрантски опит и намерения за емиграция на населението в България в периода февруари-юли 2011 г.“. в *Социологически проблеми*, кн. 1-2, София 2012.

Сечков, Румян. Батембергска, Люба. Сечкова, Ралица. *Факти и аргументи – в отговор на най-разпространените митове за ромите*, София 2020.
<https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/Evidence-Based-Report-on-Anti-Roma-Myths-CEGA-BG1.pdf>

Тодорова, Росалина. Доклад от качествено изследване, Център за изследване на демокрацията, София 2020. https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/CARE-FOR-TRUTH-Qualitative-Study-Report_CSD_final-EN1.pdf

